

**III Міжнародна студентська науково - технічна конференція  
"ПРИРОДНИЧІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ"**

Секція: **Економіка, менеджмент та фінанси**

УДК 005

Артемович М. - ст. гр. БА-31

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Гарматюк О. О.

Artemovych M.

*Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

**THE ROLE OF COMMUNICATIVE MANAGEMENT IN THE  
ORGANIZATION**

Supervisor: Ph.D., Assoc. Prof. Garmatiuk O.O.

Ключові слова: комунікації, комунікативний менеджмент, організація.

Keywords: communications, communicative management, organization.

Сучасне суспільство намагається освоїти новий напрямок, який полягає в соціалізації відносин між громадянами, залученні людей до праці у відповідності до їх інтересів, знань та здібностей. Цей напрямок носить глобальний характер. Однак суспільство не перебуває на початку шляху. Одним з інструментів цього напрямку є комунікативний менеджмент. Це новий науковий напрям, який вносить значні зміни в класичні дисципліни: стратегічний менеджмент, управлінські рішення, «паблік рілейшнз» (зв'язки з громадськістю), управління змінами, організаційну культуру, загальний менеджмент та ін..

Комунікативний менеджмент являє собою обов'язковий компонент суспільного життя. Яку б сферу життя суспільства не зробити об'єктом вивчення, чи то економіка, державознавство, політика чи соціальне буття, в кожній з них визначальною умовою її життєдіяльності є комунікація - процес обміну інформацією.

У науковій, навчальній та популярній літературі постулюється безліч різноманітних (до 200) тлумачень поняття комунікації. Тут же лаконічно позначимо суть дефініції: «комунікація» - це рух інформації. У свою чергу, якщо є рух, то мають місце канали інформації - те, через що проходить інформація, і маршрути - спрямування потоку інформації, прокладка каналів комунікації. В результаті утворюється комунікаційна мережа - сукупність каналів комунікацій, що має місце в певному комунікаційному просторі і в конкретній комунікаційному середовищі.

Зазначені вище аспекти свідчать про те, що реально існує такий феномен, як комунікаційні процеси, що утворюють складну механіку суспільного життя. Тому в цілях управління поведінкою людей, як переконливо свідчить соціальна практика, необхідний спеціальний механізм управління комунікаційними процесами. У якості такого постає «комунікативний менеджмент - наука і мистецтво управління комунікаційними процесами».

Комунікативний менеджмент, відтворюючи систему інформаційного обміну, пронизує всі сфери і рівні організації, допомагає людям отримати доступ до банку інтелектуальних знань і практичних відомостей.

З позиції прикладного аспекту комунікативний менеджмент «провокує» інтерес людей до впровадження комунікаційної техніки і високих інформаційних технологій. У діловому світі це обов'язкова умова виживання в конкурентній боротьбі. Хто володіє більш «свіжою» інформацією, оперативно її доводить до споживача або представляє на суд громадськості, той отримує більше шансів її використовувати в своїх корпоративних інтересах. Крім того, чим ефективніше задіяна інформація, тим менші витрати на її зберігання і управління. Завдяки комунікативному менеджменту можна повністю автоматизувати бухгалтерську і платіжну системи ділової структури, провести інвентаризацію, обслужити споживачів, проаналізувати замовлення, налагодити програмне забезпечення, здійснити закупівлі. З позиції організаційного аспекту комунікативний менеджмент допомагає менеджеру планувати зустрічі, управляти проектами, оцінювати діяльність працівників, вести переговори, проводити наради незалежно від місця знаходження підлеглих.

Цілком очевидним є той факт, що управління комунікаціями в сучасних організаціях здійснюється у межах двох важливих підсистем. Одна з них здійснює управління зовнішніми зв'язками і відносинами організації, у тому числі їх регулювання, раціоналізацію і розвиток, а інша – виконує управлінські функції по відношенню до внутрішньо-організаційних зв'язків, тобто координує діяльність працівників та регулює відносини, що склалися між структурними підрозділами. Існувати абсолютно автономно кожна з цих підсистем не може, тому їхня діяльність є актуальною лише в контексті співіснування у складі єдиної системи організаційного управління.

Виходячи з вище вказаного, комунікативний менеджмент – теорія і практика управління соціальними комунікаціями як всередині організації, так і між організацією і її середовищем, спрямована на проведення оптимально сприятливих для організації комунікаційних процесів, формування та підтримку іміджу та громадської думки, досягнення згоди, співробітництва та визнання.

Ефективність комунікативного менеджменту проявляється у результаті якісного наповнення класичних функцій управління якісно новим змістом, а також у результаті реалізації низки спеціалізованих функцій, які обумовлені використанням нових управлінських, маркетингових та інформаційних технологій, інноваційною активністю економічних систем. Серед специфічних функцій комунікативного менеджменту науковці досить часто називають наступні: інтегративну, яка виступає як засіб об'єднання ділових партнерів і фахівців для комунікативного процесу, генерування ідей; інформаційну, яка ставить за мету передати необхідну для професійної діяльності інформацію, прокоментувати інноваційні відомості; контактостановлюючу, яка ставить за мету сформувати у ділових партнерів ціннісні орієнтації і установки, - переконати їх у правомірності тих чи інших стратегій взаємодії, зробити їх своїми однодумцями.

Все це вказує на те, що управління організаційними комунікаціями має бути спрямоване на забезпечення створення сприятливих комунікативних умов для підвищення ефективності діяльності будь-якої організації. Враховуючи викладене, сучасний механізм комунікативного менеджменту можна представити у вигляді сукупності економічних і організаційних форм, структур, методів та інструментів управління, які дозволяють приймати обґрунтовані рішення і здійснювати необхідний вплив на всіх етапах управління комунікаціями в організації.

#### Література

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві. – К.: МАУП, 2005. – 438 с.
2. Гарматюк О.О. Комунікативний менеджмент: Курс лекцій. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2016. – 105 с.
3. Васильченко М.І, Гришко В.В. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.